

O EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DE FORMAÇÃO DO ALUNO GRADUANDO E PÓS-GRADUANDO

Maria Cristina Palhares

Docente do curso de Biblioteconomia e coordenadora da Pós-Graduação em Arquitetura da Informação do UNIFAI. Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. E-mail: crikapv@yahoo.com.br

Marcelo Dias de Carvalho

Docente convidado do curso de Pós-Graduação em Arquitetura da Informação do UNIFAI. Mestre em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo. E-mail: mdcarvalho@hotmail.com

RESUMO

O presente artigo aborda o empreendedorismo no contexto de formação curricular, da graduação e da pós-graduação lato sensu. Embora tenha surgido no campo da Administração e Negócios, os aspectos sobre o tema foram incorporados a outras áreas de formação profissional, como a Biblioteconomia e Tecnologias da Informação e Comunicação. Estes cursos têm ampliado de forma considerável o tratamento de conteúdos sobre o tema, visando capacitar alunos para a identificação de habilidades e competências, utilizando metodologias específicas e ferramentas disponíveis na web para aulas práticas e algumas referências teóricas, como Dolabella, Dorneles, Spudeit, Almeida Rocha e Vargas, principalmente. Enfatiza as etapas do processo empreendedor, a relevância do autoconhecimento, o plano de negócios e orientações, formas de subsídios que possam amparar qualquer tipo de empreendimento, comercial, cultural ou social, e por fim, evidencia o uso do Modelo de Negócios Canvas, por alunos de pós-graduação, como exemplo, possível de aplicação em qualquer tipo de projeto empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Ensino-Projeto. Modelo de Negócio Canvas.

ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF GRADUATING AND POSTGRADUATE STUDENT TRAINING

ABSTRACT

This article deals with entrepreneurship in the context of curriculum, undergraduate and post-graduate studies. Although it has arisen in the field of Administration and Business, aspects on the subject have been incorporated into other areas of professional training, such as Librarianship and Information and Communication Technologies. These courses have considerably expanded the treatment of content on the subject, aiming to train students to identify skills and competences, using specific methodologies and tools available on the web for practical classes and some theoretical references, such as Dolabella, Dorneles, Spudeit, Almeida Rocha and

Vargas, mainly. Emphasizing the stages of the entrepreneurial process, the relevance of self-knowledge, the business plan and guidelines, forms of subsidies that can support any type of enterprise, commercial, cultural or social, and it shows the use of the Canvas Business Model, by graduate students, as an example, possible application in any type of entrepreneurial project.

Keywords: Entrepreneurship. Teaching-Project. Canvas Business Model.

1 INTRODUÇÃO

As mudanças no mercado de trabalho têm ocorrido, principalmente, por conta de implicações decorrentes das políticas econômicas e trabalhistas, afetando diretamente a empregabilidade de profissionais de diversos tipos de segmentos. Neste sentido, o aluno de biblioteconomia e, conseqüentemente, o bibliotecário precisam estar amparados por conteúdos e práticas formativas, que lhes forneçam mais condições para que possam desenvolver novos e distintos modos de oferecer serviços e produtos, informacionais e culturais, na graduação ou pós-graduação lato sensu.

O conceito de empreendedorismo não é recente, data de 1945, foi criado por Joseph Schumpeter, economista, por meio da teoria da Destruição Criativa, que serviu de base a vários autores nas décadas seguintes, como Drucker e Chiavenato, que amplificaram e empregaram o termo em contextos onde há crise econômica, defasagem de capital financeiro, sendo necessário para a geração de lucro e ofertas de produtos e serviços, utilizando recursos materiais, tecnológicos e cognitivo.

Os cursos de graduação e pós-graduação, visando cumprir a função didática sobre a relevância do empreendedorismo, por meio de abordagens sobre as possibilidades de criação de novos negócios ou a reconfiguração de negócios existentes, em organizações empresariais e não governamentais, *startups* entre outros, assim como o desenvolvimento de projetos sociais que ofereçam acesso à informação, ao lazer e à cultura, podem oferecer conteúdos que deem embasamento para o aluno iniciar um projeto empreendedor em qualquer segmento, por meio de disciplina específica ou disciplinas correlatas ao tema, como Elaboração e Gestão de Projetos. Marketing e Tecnologias da Informação e Comunicação.

O conteúdo sugerido deve propiciar a descoberta e enfatizar o perfil empreendedor e a atitude empreendedora de seus alunos, assim como abordar os tipos de empreendedorismo, modelos de negócios e oportunidades, pesquisa de mercado e plano de marketing, estratégias de entrada, expansão de negócios, *design thinking* e inovação, exploração de potenciais empreendimentos nos contextos social-econômico-cultural no âmbito da Biblioteconomia, a fim de complementarem e atualizarem o quadro de formação e atuação destes alunos e profissionais.

2 SUGESTÃO DE ABORDAGEM SOBRE O EMPREENDEDORISMO EM CURSO DE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO

O objetivo é a capacitação do aluno acerca do desenvolvimento de suas competências e habilidades para a elaboração, o planejamento e a implantação de projetos que forneçam serviços e produtos, em qualquer segmento, especialmente o informacional e o cultural, organizacional ou social.

A metodologia sugerida a ser utilizada refere-se às ferramentas a serem empregadas, coerentes com a formação do aluno, indicadas para a disciplina, sustentadas pelo arcabouço teórico-metodológico, que abarque a exposição teórica sobre a relação temática, a partir da utilização de práticas simultâneas em laboratórios de tecnologias da informação e comunicação; incubadoras de empresas; trabalho de campo em contato com *startups* existentes, entre outros.

O empreendedorismo se refere ao envolvimento de pessoas e processos, concomitantemente, a fim de ressignificarem ideias existentes e as implementarem a partir de ações inéditas e inovadoras (DORNELAS, 2008). O intraempreendedorismo é o empreendedorismo que ocorre no âmbito das organizações, decorrente das ideias inovadoras de funcionários, capazes de criar soluções e implementar ações visando à criação de produtos e serviços inéditos, favorecendo a competitividade nos mercados; resulta da motivação que o funcionário recebe, otimizando recursos, retendo talentos e o capital intelectual, a partir de três aspectos: perfil dos colaboradores, ambiente e cultura organizacional e papel da liderança.

Os líderes e colaboradores demonstram capacidade de inovar e estão constantemente presentes e à frente de soluções e decisões criativas para as questões que

se referem aos serviços e produtos daquele segmento; possuem alta capacidade e vontade de criar, busca novidades e não se acomodam às rotinas burocráticas e repetitivas.

A cultura organizacional deve incluir a identificação de potencialidades em profissionais tanto o quanto precisam ser cultivadas e motivadas constantemente, visando alimentar e manter ambientes onde as pessoas possam se aprimorar continuamente, a fim de enxergarem inovações e criações futuras (KRAMM, 2016).

O empreendedor se destaca pelas capacidade de gerar ideias inovadoras sobre produtos e serviços já existentes em contextos organizacionais ou criar novos negócios, interna ou externamente a estes ambientes, podendo lançar no mercado novidades dentro do mesmo segmento ou outro diferente.

No campo de formação do aluno, ele deve ser orientado para se reconhecer com potencial e perfil de empreendedor, por meio de 3 etapas, que incluem: autoavaliação, apuração de resultado e geração de gráfico correspondente às etapas do processo (SEBRAE, 2013).

a) Autoavaliação

A 1ª ETAPA da Autoavaliação consiste na verificação de alguns comportamentos sobre o perfil e as habilidades empreendedoras a serem identificadas pelos próprios alunos e profissionais, a partir de alguns critérios propostos, como por exemplo, pelo Sebrae (2013), que apontam de 1 a 5 a pontuação a ser atribuída às respostas sobre os seus comportamentos praticados no dia a dia :

Quadro 1 – Critérios para autoavaliação

CRITÉRIOS	
1	Nunca pratico este comportamento
2	Raramente pratico este comportamento
3	Algumas vezes pratico este comportamento
4	A maioria das vezes pratico este comportamento
5	Sempre pratico este comportamento

(Fonte: SEBRAE, 2013, p. 44)

A partir da proposta de critérios de valores citada anteriormente, o estudante é orientado à realização da autoavaliação de perfil e habilidades empreendedoras, por meio da identificação de alguns comportamentos, propostos abaixo:

COMPORTAMENTOS	PRÁTICA NO DIA A DIA
1. Faço as coisas antes de ser solicitado.	
2. Busco autonomia em relação às regras e normas pré-estabelecidas por outras pessoas.	
3. Formulo estratégias para influenciar ou persuadir as pessoas.	
4. Planejo dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.	
5. Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades.	
6. Estabeleço metas e objetivos que são desafiadores e que têm significado pessoal.	
7. Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos.	
8. Encontro maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápida ou mais barata.	
9. Assumo responsabilidade pessoal por solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições estipuladas.	
10. Busco soluções diante de um obstáculo significativo.	
11. Desenvolvo novas ideias e projetos além das atuais soluções ou propostas estabelecidas.	
12. Mantenho meu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.	
13. Utilizo minha rede de contatos como estratégia para atingir meus objetivos.	
14. Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças que possam ter ocorrido.	
15. Pesquiso como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução.	
16. Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica.	
17. Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados.	
18. Faço as coisas de maneira que satisfaçam ou excedam padrões de excelência.	
19. Colaboro com a equipe de trabalho ou me coloco no lugar deles, se necessário, para terminar uma atividade ou tarefa.	
20. Ajo repetidamente ou mudo para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.	
21. Aproveito oportunidades fora do comum para iniciar um novo projeto ou atividade, estabelecer parcerias, ampliar aprendizados.	
22. Faço um sacrifício pessoal, ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa.	
23. Esforço-me para atender ou superar as expectativas das pessoas que me demandam tarefas e atividades diversas.	

24. Asseguro que o trabalho seja terminado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade previamente combinados.	
25. Coloco-me em situações que implicam desafios ou riscos moderados.	
26. Estabeleço objetivos de curto prazo mensuráveis.	
27. Consulto especialistas de um determinado assunto para esclarecimento de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade.	
28. Mantenho registro dos meus ganhos e gastos e utilizo-os para tomar decisões sobre compras e investimentos.	
29. Tenho boas relações com as pessoas com vistas a manter e ampliar minha rede de contatos.	
30. Expresso confiança na minha própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.	
31.	Soma=

(Fonte: SEBRAE, 2013, p. 45)

b) Apuração do resultado da autoavaliação

A 2ª ETAPA da Autoavaliação consiste na apuração de resultado, conforme o exemplo na tabela proposta pelo Sebrae (2013) abaixo usando os mesmos critérios do quadro 1:

CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR		PRÁTICA NO DIA A DIA
CONJUNTO DE REALIZAÇÃO		
COMPORTAMENTOS	Ao tomar decisões, avalio alternativas e analiso os riscos envolvidos.	
	Analiso informações e tomo decisões para reduzir riscos ou controlar resultados.	
	Coloco-me em situações que implicam desafios ou riscos moderados.	
Correr riscos calculados		Soma=
Total CONJUNTO DE REALIZAÇÃO =		

CONJUNTO DE PLANEJAMENTO		
COMPORTAMENTOS	Estabeleço metas e objetivos que são desafiantes e e que têm significado pessoal.	
	Tenho visão de longo prazo do que espero alcançar, de forma clara e específica.	
	Estabeleço objetivos de curto prazo mensuráveis.	
Estabelecimento de metas		Soma=
COMPORTAMENTOS	Dedico-me pessoalmente a obter informações necessárias para o desenvolvimento de minhas atividades.	
	Pesquiso como realizar determinada atividade ou projeto, antes de sua execução.	

	Consulta especialistas de um determinado assunto para esclarecimento de dúvidas e busca de apoio na realização de uma tarefa ou atividade.	
Busca de informação		Soma=
COMPORTAMENTOS	Planejo dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.	
	Constantemente reviso meus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças que possam ter ocorrido	
	Mantenho registros dos meus ganhos e gastos e utilizo-os para tomadas de decisões sobre compras ou investimentos.	
Planejamento e monitoramento sistemático		Soma=
Total CONJUNTO DE PLANEJAMENTO		

CONJUNTO DE PODER		
COMPORTAMENTOS	Formulo estratégias para influenciar ou persuadir outras pessoas.	
	Utilizo minha rede de contatos como estratégia .	
	Tenho boas relações com as pessoas com vistas a manter e ampliar minha rede de contatos.	
Persuasão e rede de contatos		Soma =
COMPORTAMENTOS	Busco autonomia em relação às regras e normas pré-estabelecidas por outras pessoas.	
	Matenho meu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.	
	Expresso confiança na minha própria capacidade de realizar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio .	
Indenpendência e autoconfiança		Soma=
Total CONJUNTO DE PODER =		

(Fonte: SEBRAE, 2013, p. 46)

c) Elaboração do gráfico

A 3ª ETAPA refere-se ao GRÁFICO, onde aponta a transcrição dos resultados da soma da autoavaliação de cada Característica do Comportamento do Empreendedor, proposto pelo Sebrae (2013), em exemplo abaixo:

CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	PRÁTICA NO DIA A DIA SOMA
Busca de oportunidade e iniciativa	
Persistência	
Comprometimento	

Exigência de qualidade e eficiência	
Correr riscos calculados	
Estabelecimento de metas	
Busca de informação	
Planejamento e monitoramento sistemático	
Persuasão e rede de contatos	
Independência e autoconfiança	

(Fonte: SEBRAE, 2013, p. 47)

Com os resultados de cada etapa, é possível organizar o gráfico individualmente de cada estudante mostrando quais as características e competências se destacam mais e quais precisam ser desenvolvidas.

d) Identificação e avaliação de oportunidades

Uma ideia sobre um empreendimento não requer obrigatoriamente um ineditismo, mas o aproveitamento na possibilidade de enxergá-la com outras perspectivas a tornará “nova”. O processo de transformação sobre uma ideia já anteriormente utilizada resultará em novidades a partir do compartilhamento com conselheiros, empreendedores experientes, que o ajudarão no desenvolvimento da análise dessa ideia, na implementação, na avaliação e na construção de um negócio.

O processo requer uma visão atenta, a fim de que o o serviço ou produto não demore a ser implantado, consideração uma avaliação constante, desde o início, para ajustes necessários e aprimoramento do mesmo.

Dornelas (2008, p. 39) atenta para o ‘timing’ da ideia (momento em que a ideia foi gerada)”. O tempo útil de produtos e serviços dependem do segmento onde foram implementados, as especificidades ditarão a análises constantes, requerendo mudanças e aprimoramentos.

O autor, ainda, sugere a criação de novos produtos ou serviços em contextos já conhecidos pelo empreendedor, o que podera auxiliar em todos os aspectos na hora de buscar apoio profissional, financeiro, estratégico, entre outros.

e) Modelo de negócios Canvas

O Modelo Canvas é a representação visual de uma proposta de negócios. Nesse espaço, o gerente de projeto e sua equipe fazem o protótipo do modelo mental do projeto.

É recomendado que o canvas seja preenchido com post-it para que possa ser modificado quantas vezes forem necessárias.

Os posts e Post-it podem ser usados para as seguintes perguntas na construção do canvas: **POR QUE? O QUE? QUEM? COMO? QUANDO E QUANTO?**

As descrições devem curtas para facilitar o preenchimento de cada componente com as informações do projeto.

O Modelo de Projeto Canvas, conforme exemplo abaixo, pode ser dividido visualmente em dois blocos de treze quadros: GP (Justificativas, Obj Smart e Benefícios) e o PITCH (Produtos, Requisitos, Stakeholders, Equipe, Premissas, Grupos de Entregas, Restrições, Riscos, Linhas do Tempo e Custos).



Fonte: Marcelo Dias de Carvalho (2018).

Os quadros no bloco PITCH devem ser, primeiramente, preenchidos, a fim de resumir o projeto por meio de apenas uma frase, tornando o projeto mais objetivo (PROJECT BUILDER, 2017).

As respostas às perguntas, elaboradas anteriormente, levam à compreensão macro do projeto. A primeira questão a ser respondida é o POR QUE, visando responder o porquê da realização do projeto pensado, para que o planejamento faça sentido. Desta forma, para fundamentar a defesa do projeto é essencial a realização de uma análise da situação atual da empresa, ou do produto ou serviço a ser inovado e implementado, identificando quais são as principais questões, os problemas existentes e em relação a essas questões e quais

são as necessidades a serem atendidas. A partir das respostas, a próxima etapa serão os post-its.

- Os **Produtos e Requisitos** se referem ao resultado final do projeto; pois um projeto pode também gerar um serviço ou um resultado único.

- Os **Requisitos** definem a qualidade que o produto (serviço/resultado) precisa apresentar para ter valor para o cliente.

- O QUÊ? Refere-se às necessidades a serem atendidas? Nessa etapa serão listados quais os produtos, serviços ou resultados a serem entregues ao final do projeto.

- **Stakeholds e Equipe** se referem a QUEM? Definem quem participa do projeto, incluindo os stakeholders, os membros da equipe e o gerente desse projeto.

- **Stakeholders** se dividem em:

1) Stakeholders externos: são os envolvidos que não estão subordinados ao gerente de projeto.

2) Fatores externos: que podem afetar o projeto e devem ser listados.

- **Equipe:** são os participantes que são responsáveis por produzir as entregas do projeto.

- **Premissas, Grupos de Entregas e Restrições** se referem à etapa de como o trabalho será entregue no projeto.

- Para que o projeto ocorra naturalmente, é importante definir quais são as entregas e quem são os responsáveis, suas premissas e restrições.

- **Premissas** se referem às suposições dadas como certas sobre o ambiente e os fatores externos ao projeto, que não estão sob controle do gerente de projeto.

- Os **Grupos de Entregas** se referem aos componentes concretos, mensuráveis e tangíveis que serão gerados pelo projeto.

- As **Restrições** servem para as descrições das limitações do projeto, de qualquer natureza e origem, que impactam no desenvolvimento do trabalho da equipe.

- **Quando e Quanto** indicam quando o projeto será concluído e quanto custará para a organização. Embora, possa haver algumas incertezas no planejamento, o gerente de projetos deverá dar uma estimativa de custos e de prazo para entregar os trabalhos do projeto.

- Os **Riscos** são eventos futuros e incertos que têm relevância para o projeto. Nessa etapa são identificados e analisados os riscos do projeto e, para os mais relevantes, são buscadas e implantadas as respostas.

- **A Linha do Tempo** definem quando vão ocorrer as entregas do **Grupo de Entrega**.

A metodologia PM Canvas sugere que o prazo do projeto seja dividido em 4 períodos definidos pela equipe do projeto.

- **Custos:** quanto será gasto para concluir esse projeto? É importante distribuir os custos pelos grupos de entregas pré-definidos.
- **Roteiro:** identificação do projeto:
 - a) Sumário executivo;
 - b) Apresentação da organização;
 - c) Análise do contexto;
 - d) Objetivos;
 - e) Público-alvo;
 - f) Justificativas;
 - g) Etapas;
 - h) Cronograma;
 - i) Recursos (financeiros, materiais e humanos);
 - j) Orçamento;
 - k) Sistema de avaliação (ALMEIDA, 2005).

No bloco GP, as Justificativas referem-se aos problemas que a organização tem no momento e quais as necessidades que não estão sendo atendidas.

- No mesmo bloco, o **Objetivo Smart** refere-se ao objetivo do projeto, sendo **Specific (específicos)** e **Measurable (mensuráveis)**; **Attainable (atingíveis)**; **Realistic (realistas)**; e **Time Bound (temporizáveis)**.
- Os objetivos a serem alcançados pela empresa, por meio da implantação do projeto, devem ser descritos em **Benefícios**.

f) Desenvolvimento do Plano de negócios

O plano de negócios é a parte fundamental do processo, a partir deste serão planejadas as ações e “delineadas as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento.” (DORNELES, 2008, p. 78). É considerado uma ferramenta dinâmica,

devendo ser atualizado periodicamente, pois as ações planejadas passam por alterações de acordo com as demandas de mercado e comportamentos sociais.

A elaboração de um plano de negócio deve seguir algumas regras básicas, que podem mudar de acordo com a visão e capacidade criativa de cada empreendedor, ressaltando um ou outro aspecto pertinente ao público-alvo, consumidor potencial, do produto ou serviço a ser implementado ou aprimorado. No entanto, o empreendedor, ou equipe, deve ter perspectivas de futuro para o negócio ou trabalho social, visar objetivos futuros de permanência, manutenção e sustentabilidade.

O plano de negócio, de acordo com Dornelas (2008), é considerado um documento que descreve um empreendimento e o modelo de negócios que implica na existência de uma empresa. Entretanto, a elaboração de um PN envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, contendo, aproximadamente, cerca de até 15 páginas.

Bangs (2008 apud DORNELES, 1998, p. 84) ressalta que o PN deve incluir os aspectos-chave, atentando para para questões, como:

- a) Em que negócio você está?
- b) O que você realmente vende?
- c) Qual é o seu mercado-alvo?

Ainda, o autor acima, destaca que o PN é fundamental porque permite ao empreendedor:

- a) Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio;
- b) Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas;
- c) Monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário;
- d) Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc.;
- e) Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa;
- f) Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações etc.).

No PN ainda é possível testar a viabilidade, orientar o desenvolvimento das operações e estratégias; permitir que os recursos financeiros sejam acessados e

alcançados; possibilita a criação da credibilidade; e, o desenvolvimento de uma equipe de gestão.

Um modelo de Plano de Negócios sugerido e de fácil elaboração é o Modelo Canvas, citado acima e nas considerações finais do artigo.

g) Desenvolvimento e captação de recursos necessários

A captação de recursos financeiros é burocrática, dependendo do perfil e objetivos do empreendimento sugere-se outros meios de subsídio inicial, a fim de não comprometer o futuro do projeto. No entanto, há diversas formas para buscar incentivos, que não sejam por meio de bancos e financeiras, e uma delas é utilizar economias pessoais ou de família, venda de bens, como imóveis, automóveis, entre outros, se houver; outra é participar de editais de incentivo a pequenas e médias empresas (FINEP, BID, BNDES), leis de incentivo à cultura (Lei Rouanet); buscar parcerias com fornecedores ou outros interessados; e entrar em incubadoras de empresas do governo (universidades públicas, institutos de pesquisa, agências de fomento à pesquisa, como Fapesp, entre outras) ou de empresas de tecnologias, como o Google, que estejam interessadas em abrigar *startups* a partir de trocas ou por valores acessíveis e possíveis de recuperação a curto prazo.

h) Gerenciamento do negócio

O empreendedor precisa buscar apoio em vários aspectos, a fim de se resguardar de alguns problemas futuros, e o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) fornece orientação e capacitação de recursos humanos, marketing, abertura de negócios e tendências de mercado interno e externo.

i) Empreendedorismo em negócios digitais

As *startups* são abordadas aqui como uma alternativa para a criação de negócios digitais, referindo-se a um modelo de negócio, que surgiu na década de 1990 no contexto da Web, principalmente no Vale do Silício, a partir de empresas, como, Google, Yahoo, Microsoft, entre outras. É indicado para qualquer tipo de produto e serviço de tecnologia. No entanto, no Brasil teve início nos anos 2000, alavancado o setor a partir de 2010, segundo a Associação Brasileira de Startups (ABStartups - <https://startupi.com.br>).

Embora seja um modelo que tem originado empresas de sucesso, deve ser compreendido e considerado em vários aspectos, por tratarem de empresas embrionárias, que segundo Taborda (2006), são geradas por meio de parcerias entre universidade e encubadoras, são implementadas no mercado e requerem planejamento, apoio jurídico, capacitação sobre negócios digitais e ferramental específico para o desenvolvimento do negócio.

As *startups*, geralmente, têm dificuldades para conseguirem financiamentos, inicialmente, por parte do governo, assumindo riscos com pouco capital e à medida que vão se afirmando no mercado, recebendo investimentos de empresas de capital de risco, destinados ao lançamento de produtos, serviços ou conceitos desenvolvidos, que poderão crescer e se afirmarem no mercado (ROCHA, 2016).

Para a realização de projetos de negócios digitais, no que se refere à parte jurídica, a atenção despendida é igualmente à que se aplica a quaisquer outros negócios, pois requer oficialização da existência de uma empresa, o tipo de segmento, produto ou serviço, entre outros, a fim de preservar todos os direitos comerciais e autorais previstos em leis.

j) Empreendedorismo social

Spudeit (2016, p. 15) indica que o empreendedorismo social objetiva atender as comunidades, visando o desenvolvimento econômico e social destas comunidades como cooperativas e associações, de moradores ou classes profissionais. A ênfase é para a solução de problemas coletivos e soluções para os mesmos. Neste sentido, o bibliotecário pode atuar como um “agente transformador”, por meio de ações “planejadas para o uso da informação para transformação social, exercício pleno da cidadania, formação crítica e empoderamento de diferentes tipos de comunidades.”

As ações empreendidas em projetos sociais implicam na “competência em informação, formação de leitores, orientação em relação ao uso de recursos e fontes de informação, de pesquisa para diferentes tipos de comunidades, como quilombolas, moradores de ruas, pessoas de bairros carentes, comunidades indígenas, pessoas que cumprem pena em presídios ou que estão hospitalizadas, entre outras.” (SPUDEIT, 2016, p.16). Ou seja, são ações que compreendem projetos inclusivos, que fomentam atividades de competência informacional, literária e cultural, assim como a mediação de leitura e

permitem o acesso a livros em bibliotecas comunitárias, bibliotecas itinerantes de projetos independentes, a partir de iniciativas espontâneas de acesso ao livro e à leitura em praças e parques, entre outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as fases do projeto são de igual relevância para o sucesso do empreendimento pensado, da ideia inicial à sua implementação. Considera-se fundamental a abordagem sobre todos os aspectos das etapas do processo empreendedor, desde a autoavaliação até a gestão de negócios, incluindo o domínio de todas as ferramentas e metodologias propostas por teóricos do empreendedorismo, para capacitar os alunos em iniciativas empreendedoras e intraempreendedoras.

Um Projeto é um empreendimento não repetitivo, caracterizado por uma sequência clara e lógica de eventos com início, meio e fim, que se destina a atingir um objetivo claro e definido, sendo conduzido por pessoas dentro de parâmetros predefinidos de tempo, custo, recursos envolvidos e qualidade (VARGAS, 2009).

A disponibilidade de ferramentas sem custos na Web permite o planejamento de projetos, das atividades, da elaboração do plano de negócios, entre outros. Nesse sentido, o modelo Canvas é um modelo de negócios, que expõe visualmente as etapas necessárias do projeto, como o perfil do cliente de um determinado segmento, recursos principais necessários, parcerias para as atividades a serem realizadas e para a obtenção de recursos externos à empresa, propostas de valores e custos necessários para o projeto.

O Modelo Canvas é uma metodologia proposta de maneira amigável para a concepção de um plano de projetos, que apresenta rapidamente um modelo mental de forma visual os componentes agrupados por perguntas fundamentais, como: Por quê, O quê, Quem, Como, Quando e Quanto; estabelecendo um protocolo de integração que considera a teoria de gerenciamento de projetos. A metodologia de planejamento de projeto é embasada em conceitos de neurociência, Desing Thinking, entre outros; e gerenciamento de projetos (PROJECT BUILDER, 201?).

Em atividades desenvolvidas no contexto de aula da disciplina de Empreendedorismo, em curso de pós-graduação lato sensu, o Modelo Canvas foi utilizado com um grupo de alunos, devido à sua disponibilidade online e o acesso aberto.

Os resultados obtidos, inicialmente, apontaram o interesse dos alunos, considerando o modelo satisfatório e a compreensão das etapas, citadas abaixo, que envolvem o processo empreendedor:

- a. identificar e avaliar oportunidades;
- b. desenvolver o plano de negócios;
- c. determinar e captar os recursos necessários, e
- d. gerenciar o negócio.

Notou-se a eficácia em se apresentar e discutir a elaboração do modelo de negócios Canvas (Business Modelo Canvas), como uma etapa intermediária entre: “1. identificar e avaliar oportunidades” e “2. desenvolver o plano de negócios”, pois permite aos alunos:

- um pensamento visual do processo empreendedor, possibilitando compreender rapidamente sobre o tipo de negócio que se trata, permitindo clareza sobre a viabilidade ou não de uma ideia;
- a visão sistêmica: compreender o todo baseado em uma análise das partes e da interação entre elas, ou seja, ver o todo do negócio por meio dos níveis dos blocos inter-relacionados;
- cocriação: permite que além das pessoas envolvidas no processo, outras possam ajudar, apoiar, corrigir e colaborar na construção do modelo de negócios;
- simplicidade e aplicabilidade: é uma das ferramentas mais utilizadas por empreendedores, sobretudo de startups e empresas de tecnologia, seja para iniciar um negócio, seja para inovar em empresas já constituídas. Com menos tempo para criar e muito mais clareza, o quadro nos dá a chance de verificar e corrigir, colocar em foco tudo que é mais importante e ajuda a descobrir elos que não teríamos percebido em um longo texto descritivo.

O modelo de negócios Canvas, devido às características já descritas anteriormente, pode ser utilizado em projetos de empreendedorismo em todos os segmentos culturais, sociais ou empresariais; em organizações governamentais, não-governamentais e privadas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. C. D. de. **Planejamento de bibliotecas e serviços de informação**. 2 ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2005.

DOLABELLA, F. (ORG.). **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão, e um plano de negócio: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo: Cultura, [200-].

DORNELLAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

KRUMMENAUER, A. **Como o intraempreendedorismo pode impulsionar a inovação em sua empresa**. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/intraempreendedorismo-inovacao-empresa/>>. Acesso em: 10 out. 2018.

REBELO, P. Business Model Canvas. **InfoQ Brasil**, Brasil, 2012. Disponível em: <<https://www.infoq.com/br/articles/business-model-canvas-introducao>>. Acesso em: jul.2018.

PROJECT BUILDER. **Guia definitivo do Project Model Canvas**. [e-book]. Disponível em: <https://prp.ifsp.edu.br/images/cursos/gerenciamento_projetos/Guida-Definitivo-do-ProjectModel-Canvas.pdf>. Acesso em: 07 out. 2018.

REMIPE - Revista de micro e pequenas empresas e empreendedorismo da Fatec-Osasco. Osasco, SP: FATEC, 2015-. Disponível em:<<https://goo.gl/apzL4Z>>. Acesso em: set. 2017.

ROCHA, R. M. **Empreendedorismo e inovação na jornada da startup**: um framework da sintonia entre os processos. Dissertação (Mestrado Profissional em Empreendedorismo) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo. 2016. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-12012017-153034/pt-br.php>>. Acesso em: set. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Manual do aluno**: disciplina de empreendedorismo. Brasília, DF: SEBRAE, 2013. (Módulo 1: O empreendedor).

SPUDEIT, D. (Org.). **Empreendedorismo na biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Agência Biblioo, 2016.

TABORDA, A. O que é uma startup? **Diad**, n. 6, 01 dez. 2006. Disponível em: <http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf> . Acesso em: 29 out. 2018.

VARGAS, R. V. **Gerenciamento de projetos**: como definir e controlar o escopo do projeto. São Paulo: Saraiva, 2005.